

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Suatu organisasi atau perusahaan selalu menuntut motivasi kerja anggotanya atau karyawannya dalam pencapaian tujuan perusahaan. Terlepas dari setuju atau tidaknya tujuan pribadi anggota organisasi dengan tujuan organisasi atau perusahaan. Usaha pencapaian tujuan perusahaan tersebut dapat mempengaruhi tingkah laku pada tingkat organisasi itu sendiri seperti pengambilan keputusan pimpinan, juga pada tingkat pekerjaan perseorangan yaitu karyawan.

Motivasi kerja mutlak diperlukan dalam suatu organisasi. Anggota-anggota organisasi harus mempunyai motivasi kerja yang tinggi untuk menjaga perilaku kerja mereka sehingga tujuan organisasi tersebut tercapai. Motivasi menyangkut alasan-alasan mengapa orang mencurahkan tenaga untuk melakukan suatu pekerjaan Faules (1998: 113). Oleh karena itu motivasi kerja bukan sesuatu yang terjadi dengan sendirinya, tetapi melalui suatu proses yang dipengaruhi oleh faktor *intern* dan faktor *ekstern* dari seorang karyawan.

Perilaku karyawan dalam penyelesaian tugas dan kewajiban organisasi, pada dasarnya berorientasi pada motivasi kerja. Motivasi kerja karyawan harus menjadi perhatian khusus dari pihak manajemen, mengingat karyawan adalah bagian terpenting dalam organisasi. Perilaku karyawan itu sendiri sebenarnya dipengaruhi oleh faktor *intern* (pribadi) dan *ekstern* (lingkungan).

Disinilah peran organisasi yaitu mengarahkan agar perilaku karyawan sejalan dengan kehidupan, norma, dan nilai-nilai dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

PT Telkom Solo sebagai suatu bentuk organisasi yang bergerak dalam bidang jasa memerlukan kemampuan yang maksimal dari para karyawan dalam pelayanan konsumen. Karyawan inilah yang akan berinteraksi langsung dengan konsumen sehingga citra organisasi dan kepuasan konsumen juga ditentukan oleh karyawan. Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi secara signifikan akan bekerja lebih baik untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi maupun tujuan pribadi perseorangan karyawan. Berhasil dan tidaknya PT Telkom Solo dalam berkomunikasi dengan pelanggannya tergantung pada karyawan yang langsung berhubungan dengan para pelanggannya.

Komunikasi yang tepat dan efektif maka *customer* bisa merubah cara pandangnya, yang tadinya akan *complain* dapat berubah pikiran. Dengan demikian yang diperlukan oleh PT Telkom Solo adalah karyawan yang bekerja dengan profesional dan loyalitas yang tinggi. Profesional dan loyalitas ini akan berpengaruh pada kinerja karyawan ketika harus berhadapan dengan konsumen pemakai jasa telekomunikasi PT. Telkom. Profesional dan loyalitas karyawan akan terwujud apabila hubungan *internal relations* atau *employee relations* dalam perusahaan baik. *Employee relations* bertujuan membangun komunikasi dan hubungan yang harmonis antara pegawai dengan manajemen.

Kendala yang banyak dihadapi perusahaan adalah kesulitan dalam mewujudkan *employee relations* dalam suatu perusahaan. hal ini dikarenakan sifat individu manusia. Mereka hanya memikirkan dan mendahulukan kepentingan pribadi diatas kepentingan orang banyak. Banyak hal yang menjadi penghambat terwujudnya *employee relations* dalam suatu perusahaan, diantaranya adalah kurangnya komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan maupun karyawan dan karyawan. *Public relations* merupakan fungsi manajemen yang memusatkan perhatian pada interaksi jangka panjang antara organisasi dengan *public* yang berkaitan dengan organisasi untuk memperoleh *goodwill*, pengertian yang saling menguntungkan serta dukungan Smith (2005: 4). Hal itulah yang membuat hubungan antara *intern* organisasi atau perusahaan tidak dapat harmonis. padahal pada kenyataannya hubungan yang harmonis dalam suatu perusahaan sangat diperlukan agar dapat memotivasi para karyawan dalam bekerja.

Keadaan ini menunjukkan bahwa sebagai suatu proses psikologi motivasi dipengaruhi oleh faktor diri seseorang yang berupa kepribadian, sikap, pengalaman, pendidikan, harapan-harapan dan cita-cita serta faktor dari luar diri meliputi pengaruh manajemen, kolega atau faktor-faktor lain. Menjadi tugas perusahaan atau manajemen untuk mengakses motivasi kerja karyawan dan mengembangkannya menuju kearah yang mendukung pencapaian *objective* perusahaan.

Motivasi kerja karyawan akan tercipta apabila iklim organisasi atau perusahaan baik, sebaliknya iklim organisasi yang kurang baik dapat menghambat jalan dan berkembangnya organisasi. Sebagai perusahaan telekomunikasi yang ternama, PT Telkom Solo harus dapat menjaga nama baik perusahaan, kualitas pelayanan, serta fasilitas. Untuk mewujudkan hal tersebut, hal pertama yang harus dilakukan adalah menjalin hubungan baik antara para pegawai dengan manajemen. Hubungan yang baik tersebut dapat terwujud dengan adanya komunikasi yang baik. Komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan akan menimbulkan efektivitas kerja karyawan yang mendukung kemajuan atau tujuan perusahaan.

PT Telkom Solo mengupayakan efisiensi yang ditekankan pada pelayanan konsumen dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip dasar bisnis. Perusahaan berusaha mengembangkan jumlah pelanggan agar paralel dengan meningkatkan keuntungan. Di tengah situasi krisis ekonomi global yang masih belum pulih, pada 2009 PT Telkom berhasil membukukan keuntungan (laba bersih) sebesar Rp 1.009 triliun dengan laba usaha (operating profit) sebesar Rp 807,6 miliar. Keuntungan (laba bersih) ini jauh meningkat dibanding keuntungan sebelumnya (2008) sebesar Rp 669 miliar. Pencapaian tersebut dapat diraih karena manajemen PT Telkom berhasil menempuh langkah dan program dalam aspek komersial, operasional, keuangan, peningkatan produktivitas karyawan serta program efisiensi. Sebagai hasilnya, selain peningkatan

keuntungan, PT Telkom berhasil menurunkan utang perusahaan secara signifikan dari US\$ 868 juta (termasuk kewajiban kepada luar negeri) pada 2006 menjadi US\$ 527 juta pada Januari 2010 (<http://www.korantempo.com/2010/06/02/>).

Employee relations di PT Telkom dapat terealisasi dengan baik, sehingga apa yang menjadi keinginan PT Telkom untuk menjadi perusahaan nasional dapat terwujud. Dalam mewujudkannya, diperlukan hubungan yang harmonis antar pegawai, sehingga tercipta iklim kerja yang nyaman.

Strategi komunikasi dalam rangka menciptakan suatu kondisi yang kondusif di lingkungan kerja dan hubungan yang harmonis antara pegawai dengan pimpinan dilakukan melalui *public relations*. Posisi karyawan yang berpengaruh, menuntut praktisi *public relations* untuk mampu menjalankan fungsi manajemen dalam mengatur dan memelihara hubungan antara karyawan dan pimpinan. Hubungan yang baik dan efektif tersebut dapat menciptakan motivasi kerja yang baik juga.

Mengembangkan kinerja karyawan, praktisi *public relations* perlu melakukan suatu penelitian terhadap nilai-nilai yang dianut oleh karyawan dalam bekerja dan nilai-nilai yang ditetapkan oleh managerial perusahaan. Motivasi perusahaan menimbulkan identitas perusahaan, yang menjadi pedoman bagi karyawan dalam bertindak laku dan mendorong karyawan untuk mempunyai komitmen terhadap nilai-nilai yang dianut perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari uraian latar belakang masalah di atas maka timbul permasalahan yang menjadi perhatian penyusun dalam penelitian ini, yaitu: “Bagaimanakah strategi pengembangan *employee relations* sebagai usaha meningkatkan motivasi kerja karyawan PT Telkom Solo?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi PT Telkom Solo dalam pengembangan *employee relations* sebagai usaha meningkatkan motivasi kerja karyawan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran dan bahan pertimbangan serta memperkaya ilmu pengetahuan dan teori-teori mengenai ilmu komunikasi terutama dalam bidang *employee relations*.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan mengenai perkembangan ilmu *public relations* bagi semua pihak yaitu praktisi *public relations* khususnya *public relations* PT. Telkom Solo sebagai bahan evaluasi dan perencanaan untuk program *employee relations* di masa mendatang, Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, serta masyarakat yang berminat pada bidang *public relations*.